

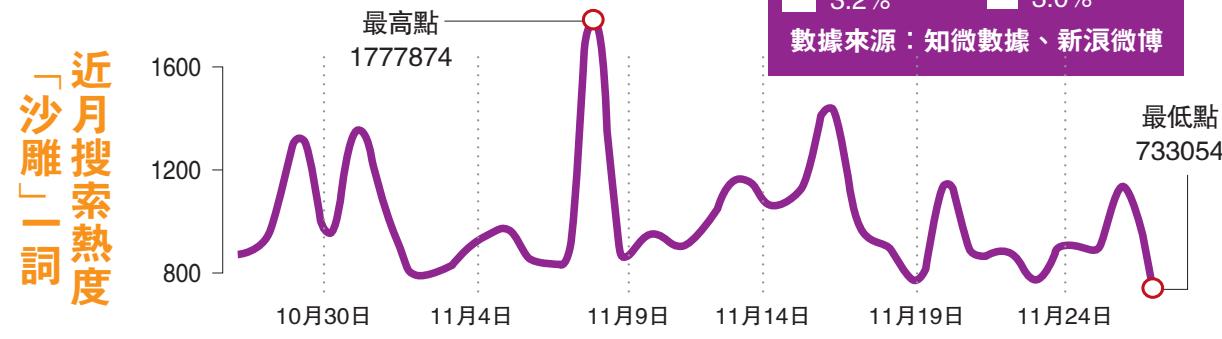


匯網民奇思妙想 成萬能表達公式

如今的時代，「哈哈哈哈」不只是情緒的表達，它已集合了一眾網友的奇思妙想，被擴充成萬能的表達方式：不知道說什麼時，「哈哈哈哈」讓對話不尷尬；工作、生活的壓力無處宣泄時，「哈哈哈哈」讓人紓壓放鬆；追星一族看見自己崇拜的偶像，「哈哈哈哈」讓他們放聲大笑……無論如何，在高壓的生活環境中，年輕一代創造了一種獨特的大笑方式，面對各種各樣的煩惱。在這樣的大笑中，「沙雕」文化成了代表一代人的聲音、一種生活方式，也成為了解今天青年文化的新指南。

但也有聲音認為這種全民娛樂、消解權威的文化對當代年輕人產生了消極的影響，造成的危害也遠大於看一些無意義的圖片、段子造成的浪費時間。對此，重慶大學新聞學院院長、中國新聞史學會網絡傳播研究委員會會長董天策認為，年輕人每天要面對嚴苛的工作要求，收入、前途、理想並沒有完全實現，想要改變自身處境拚命忙碌，覺得無奈和無力時，他們就需要一些調侃、自嘲，使壓力獲得排解。

董天策表示，詼諧幽默的吐槽有利於調整心態、追求更好的人生境界。年輕人身上有慨嘆、勸慰、發泄、反諷等複雜的心態出現，而不是遇到挫折就絕望和崩潰，就證明這其實是一種自我療傷、自我安慰、自我勸解。但他提醒年輕一代，要注意其中的消極成分，不能沉溺其中，處於整天無法排遣的處境。



網友評論

- 楊袖_L 我的思維跟不上你的腦洞
- 蘭子_Melody 哈哈，只要足夠「沙雕」，能夠打敗生活
- 不負年華 哈哈哈哈，看完心情都變好了呢
- 唐英俊 在嚴肅的辦公室裏……哈哈哈我笑得趕緊捂住自己的嘴
- 免嘵零 今天剛看了一大串「沙雕」廣告，承包了我今天全部的笑點
- 我是唐 「沙雕」自由或成年輕人終極追求，長期追求「沙雕」自由可使人百毒不侵，遇強則強！

一周微博百萬條 笑中帶淚忘憂慮 青年解壓靈丹發個哈哈哈



有機構近期隨機對微博內容調查發現，一周內共有超過100萬條原創或轉發微博帶有「哈哈哈哈」字樣。數據顯示，周二發布量為一周當中最高，周四發布量則最低，其背後反映了職場年輕人跟隨工作狀態而變化的情緒，也意味着這幾個字成為年輕一代在高壓環境下「笑對苦難」的靈丹妙藥。

大公報記者 韓毅

「萬物皆可沙雕」表達的是「命運無論怎樣捉弄我，也要樂觀的心態」。

查閱之後不難發現，引發「哈哈哈哈」的多是「大V」帳戶（獲認證，有眾多關注量）發布的搞笑內容。作為網友的快樂源泉，這些「大V」們用表情包、無厘頭段子吐槽生活中的各種現象，與年輕人產生共鳴，在搞笑同時還能恰到好處擊中日常生活的痛點，讓人笑中帶淚看下去。

前期IP吸粉 後期團隊運營

據李先生介紹，網絡內容創作者有圈層、有共同的「梗」或關鍵詞，形成了圈層文化，他們善於把生活中的喜怒哀樂用一個段子或視頻來表達。一個百萬粉絲的大V帳戶首先是靠其個人創意吸引粉絲，形成IP（Intellectual Property）之後，便創立團隊收集素材、打造系列文字、視頻等內容。

重慶大學新聞學院院長、中國新聞史學會網絡傳播研究委員會會長董天策表示，社交平台的相互轉發可形成共振效應，讓人們在精神上相互慰藉、相互理解。社會心態的反映需要紓緩焦慮，這種大眾娛樂文化詼諧幽默、自我調侃的表達，還是有積極的方面。

「當一個人能很幽默、自我嘲諷的時候，他就沒有垮掉。」董天策說，在搞笑段子中尋找「解藥」、用「沙雕」方式追求快樂，本身是對人生、社會價值、現實處境的思考。通過暫時排遣得到精神上的調整，相信人們會用更好的狀態投入工作、生活，乃至人生旅程。



▲休息時間發微博、看搞笑視頻已逐漸成為當代上班族的放鬆方式。在北京一家寫字樓內，一位職員邊拿便當邊看手機

資料圖片

沒。這個原本為替代不文明用語而產生的諺音詞現已形成一種網絡流行文化，並隨着時間發酵逐漸滲透到其他領域：從搞笑段子、表情包，到視頻、短視頻，再到現實的電商產品，網友稱之為「萬物皆可沙雕」。

周二最多 周四最少

「今天天氣真好，去打籃球，果然撿到很多礦泉水瓶。」媒體人李先生經常寫段子發在網上，「這種段子前面一句都很正常，但突然轉折，讓人出其不意。」在他看來，

新詞潮語話你知

快樂源泉

網絡流行語，常形容能帶給自己歡樂的有趣的人事物。近兩年開始走紅，常見於微博等社交網絡平臺，可以說是「哈哈哈哈」的替代用法。

「沙雕」文化

作為不文明用語諺音出現，並逐漸取代原名詞，迅速成為社交網絡流行元素，可運用在表情包、短視頻、搞笑段子中。微博率先淪為主戰場，網民們秉持「萬物皆可沙雕」原則的創作紛紛佔領熱門板塊，而後漸漸流行於各類社交平臺。

情緒變商機 販賣焦慮不可取

微言Net語

打開網絡，各類脫口秀、段子手、心靈雞湯充斥其中，某知名網站甚至還有一個「哈哈」組，專職發布各類生活中的搞笑事件。各類搞笑博主層出不窮，每一次有新面孔出現，都會給我們帶來意想不到的體驗。

網絡進化到今天，已經從最早的搜索工具變成一個天然的造星工廠，誰取悅了網友，誰就能獲得巨大的紅利。也因此，各類博主精準狙擊網友的笑點與痛點，如流水線一般創造各類笑料。幾乎零門檻的入行準則讓這一行業如同百獸叢林一樣競爭激

烈，網友的「胃口」也被養得越來越刁鑽。現在上網，想要「哈哈」笑很容易，想做那個讓人「哈哈」笑的人，卻是難上加難。

這巨大市場背後是瀰漫網絡的焦慮情緒。最早接觸網絡的80後已到中年，有些90後也將步入三十歲，各類段子中，有關買房、催婚、防脫髮等的笑料，受眾是誰不言而喻。當年無憂無慮上網「衝浪」的孩子們，轉眼忽然發現自己也和父輩一樣開始為生計奔波，於是手邊最熟悉的網絡就成了他們發泄焦慮的載體和途徑。網上那一句句「毒雞湯」，在惹人哈哈大笑的背後，看破不點破的，卻是普通人無力改變的生活軌跡。

當大眾的情緒變成了巨大商機，當我們靠販賣焦慮來收穫快樂，關掉手機，也許會有更大的勇氣面對生活。

（大公報整理）